

Pistes pour la lecture d'une publicité québécoise

Sonia Oliveira Almeida

Volume 16, numéro 2, août 1983

Regards du Brésil sur la littérature du Québec

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/500609ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/500609ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département des littératures de l'Université Laval

ISSN

0014-214X (imprimé)

1708-9069 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Almeida, S. O. (1983). Pistes pour la lecture d'une publicité québécoise. *Études littéraires*, 16(2), 243–251. <https://doi.org/10.7202/500609ar>

Tous droits réservés © Département des littératures de l'Université Laval, 1983

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

PISTES POUR LA LECTURE D'UNE PUBLICITÉ QUÉBÉCOISE

sonia oliveira almeida

Cette étude ne prétend pas procéder à une analyse exhaustive des composantes de la publicité publiée dans la revue québécoise *Châtelaine*, février 1983, p. 32, VASELINE SOINS INTENSIFS. Tout au contraire, elle se veut un bref ramassage des pistes qui nous semblent les plus remarquables pour une bonne lecture de cette annonce.

Pour nous, l'intérêt particulier de cette publicité repose sur l'utilisation conjointe des feuilles d'érable — arbre national canadien — et de la langue française — langue officielle du Québec. Si l'annonce est transparente pour ceux qui sont au courant de la situation historico-politique du Canada, elle devient opaque pour ceux qui ne le sont pas, dans la mesure où ces derniers ne seront pas capables de saisir sa profonde portée sociale.

Procédons pour commencer à la description de l'annonce. L'annonce publicitaire de la lotion Vaseline Soins Intensifs se compose d'éléments symétriquement disposés sur un arrière-plan bleu profond. Au milieu de la page, le flacon fermé régit, en haut, la distribution du titre et du texte — huit lignes de chaque côté du bouchon — et, en bas, celle des mains, partiellement superposées au flacon. Elles tiennent dans leur paume les deux feuilles d'érable : sur la main droite repose une feuille verte et sur la gauche, une feuille morte. Au-dessus du flacon et entre les mains, se trouve l'explication indiquée par les petites étoiles de l'étiquette, concernant la marque du produit. L'étiquette présente dans le sens horizontal, une bande bleue entre deux autres vertes. Dans la bande verte supérieure, est indiquée la destination du produit — Pour peau sèche — et dans la bande bleue, le nom du produit — « Vaseline Soins Intensifs ».

Dans le message linguistique, l'analyse, pour rapide qu'elle soit, ne saurait pas se passer de ces quelques commentaires.

LA LOTION EFFICACE.


Quand vos mains travaillent dur, elles s'exposent aux éléments, tout comme les feuilles. Elles peuvent donc s'assécher ou paraître douces et saines.

C'est l'humidité qui fait la différence.

La formule non grasse de la

Lotion Vaseline Soins Intensifs agit instantanément. Elle garde à la peau son humidité protectrice et empêche son évaporation pour que vos mains deviennent douces et souples.

Vaseline Soins Intensifs. La lotion efficace.



POUR
PEAU SÈCHE

LOTION
Vaseline*
Soins
Intensifs*

*Vaseline et Soins
Intensifs sont des
marques déposées de
Chesebrough-Pond's Inc.

LA LOTION EFFICACE.

Quand vos mains travaillent dur, elles s'exposent aux éléments, tout comme les feuilles. Elles peuvent donc s'assécher ou paraître douces et saines.

C'est l'humidité qui fait la différence.

La formule non grasse de la lotion Vaseline Soins Intensifs agit instantanément. Elle garde à la peau son humidité protectrice et empêche son évaporation pour que vos mains deviennent douces et souples.

Vaseline Soins Intensifs. La lotion efficace.

POUR
PEAU SÈCHE
LOTION
VASELINE *
SOINS INTENSIFS *

Vaseline et Soins
Intensifs sont des
marques déposées de
Chesebrough-Pond's Inc.

Dans l'en-tête, lotion — qui vient du bas latin *lotio*, de *lavare*, laver — introduit déjà l'idée d'un produit qui, par certains côtés, remplace l'eau. Et le texte privilégie la fonction revitalisante de l'eau. Le déterminant *efficace* répond du rendement de la lotion, indique une publicité où prédomine la fonction référentielle, centrée sur le produit. La charge informative fait que seule la troisième personne est employée. Le récepteur n'est suggéré que par le possessif *vos* (vos mains) sans qu'aucun impératif ne l'indique plus profondément.

Le premier paragraphe installe un parallélisme entre *mains* et *feuilles*, soumises toutes les deux à l'action nuisible des opposants *travail dur* et *éléments*. Dans une première lecture la signification du mot *élément* se restreint à son emploi moderne de « l'ensemble des forces naturelles qui agitent la terre, la mer, l'atmosphère » (cf. Le Petit Robert), donc, les intempéries, surtout le vent et le froid canadiens. Mais l'équivalence entre *travaillent dur* et *éléments* — en tant que termes négatifs par rapport à mains/feuilles — et la présence féminine indiquée par l'image incluent dans l'aire sémantique d'*éléments* toute une gamme d'éléments minéraux (le calcaire de l'eau, par ex.) et des produits chimiques des détergents, des abrasifs, etc., y compris le chlore de l'eau.

	mains	≈	mains	≈	feuilles
Résumons :	travaillent dur		exposées aux éléments		exposées aux éléments

Une amorce de solution s'annonce et prépare la fin de la situation dysphorisante : le principe qui fait la différence entre les mains/feuilles desséchées ou douces et saines — l'humidité — est mis en relief par l'insertion du mot « humidité » dans un paragraphe composé d'une phrase très courte dont la valeur déictique est marquée par le présentatif *c'est + nom + qui*.

Si l'humidité fait la différence entre le dessèchement et l'apparence douce¹ ou saine, elle l'établit aussi entre les mains et les feuilles : ce qui est contingent pour les mains (elles peuvent s'assécher ou...) devient nécessaire pour les feuilles, parce que, pendant l'hiver, le froid excessif gèle la sève qui ne monte plus et provoque par là le dessèchement et la chute des feuilles.

Cette annonce n'échappe pas à la loi générale de la publicité des produits de beauté : ceux-ci se veulent humidifiants mais refusent « l'idée de graisse pendant si longtemps consubstantielle à l'idée de produit de beauté (qui) se voile ou se complique, se corrige de liquidité, et parfois même disparaît, fait place à la fluide lotion²... »

Nous présumons le pouvoir magique de cette *formule non grasse* à partir de l'action instantanée qui propose la récupération de la vigueur et de la jeunesse de la peau ; ce qui en dernière analyse correspond à la récupération du temps.

Une autre facette de ce pouvoir magique est l'action en profondeur, décelable déjà à partir du nom du produit — Vaseline Soins *Intensifs*. Il révèle cette aptitude à la concentration, à l'action qui dépasse la mesure ordinaire. La lotion s'infiltré instantanément dans la peau, garde son humidité protectrice et empêche son évaporation, voilà enfin les fonctions du produit. Agissant de l'extérieur vers l'intérieur, la lotion répare les dégâts provoqués par des agents externes et rétablit l'équilibre profond de la peau ce qui justifie le dédoublement de sa fonction : garder l'humidité protectrice à la peau et empêcher son évaporation. En réalité nous avons

affaire à un procédé très usuel en publicité, la redondance : si l'humidité est gardée c'est parce que l'évaporation n'a pas lieu.

Le dernier paragraphe est formé de deux syntagmes, isolés l'un de l'autre par un souci publicitaire d'insistance, d'efficacité, de surprise qui attire l'attention et d'un coup remplit une fonction phatique. Les éléments ainsi séparés jouissent d'une certaine autonomie graphique inattendue qui, en réalité, les soude plus fortement du point de vue sémantique et rhétorique. *Vaseline Soins Intensifs. La lotion efficace.*

Ces deux syntagmes font partie d'une structure centripète dont le second membre représente une mise en apposition. Or cette mise en apposition répète telle quelle la structure phrastique de l'en-tête à une différence près : premier terme de la structure centripète, elle est le constituant d'une phrase où le présentatif Voici/Voilà est elliptique — (Voici/Voilà) la lotion efficace. Le second terme se présente sous un code mixte : d'un côté, le code iconique que constitue le flacon lui-même avec sa forme, ses couleurs, son contenu et, de l'autre, le code linguistique qui reproduit le nom de la lotion — *Vaseline Soins Intensifs* — sur la bande centrale bleue de l'étiquette. Par la similitude de la couleur le passage du contexte restreint de l'étiquette à celui de l'arrière-fond bleu se fait naturellement et la lecture se complète : *La lotion efficace. Vaseline Soins Intensifs*. Il y a donc dans l'en-tête l'inversion des termes qui favorise l'appréhension de la structure présentative du code linguistique en harmonie avec la structure iconique, vu que, à l'intérieur de celle-ci, les deux mains tiennent les feuilles d'érable et montrent le flacon à la fois.

L'analyse iconique de l'annonce nous permet d'affirmer que la disposition du flacon et des deux mains suggère la forme d'une balance : le flacon représentant le fléau et les mains, les plateaux qui pèsent les feuilles. Dans ce cas la forme de la balance devient le connotateur de l'équilibre. Le même équilibre de la disposition symétrique des éléments dans l'annonce, le même équilibre — l'humidité — qui rend la peau douce et saine.

Cette même suggestion de balance peut être encore entrevue sous une forme inversée : le flacon restant toujours le

fléau, le rôle des plateaux étant joué par les deux ensembles de texte.

L'instrument qui marque le temps, composé d'un haut et d'un bas inversables, c'est le sablier. Celui-ci symbolise l'écoulement inexorable du temps, représenté iconiquement par la feuille verte et la feuille morte. La balance est aussi l'emblème de Saturne-Chronos, qui est le temps, soit parce que le temps fait lui-même fonction de juge, soit parce qu'il balance également entre jour et nuit, soit parce qu'il mesure la vie des hommes⁴. Ces deux possibilités élargissent la notion du temps développée dans le message linguistique où le temps se voit plutôt comme *éléments*, phénomènes de l'atmosphère.

Le message iconique nous propose donc le flacon comme le goulot qui établit le rapport entre le haut et le bas (la vie et la mort) ou alors comme le fléau, l'axe qui, quand les plateaux sont en équilibre, garde la stabilité et par là symbolise l'Invariable Milieu. Ainsi, le flacon-fléau-goulot est le connotateur de l'équilibre dynamique des forces opposées, ce qui en dernière analyse équivaut à la maîtrise du temps⁵ : la peau garde toujours sa vigueur, sa douceur en tout temps.

Pourquoi les mains-plateaux sont-elles en équilibre, si les feuilles ont symboliquement un poids différent ? Parce que, en réalité, les mains sont les plateaux et les poids à la fois et qu'elles sont également souples et saines. Et elles le sont, tout d'abord, pour transmettre un message euphorisant qui favorise l'identification et encore parce que les mains desséchées étant « évitables », elles illustrent la conséquence d'un choix bien fait. La feuille morte, par contre, subit l'inclémence des éléments, la rigueur de la nature sans aucune option, sauf celle de renaître à chaque printemps. À partir de ces considérations, il nous vient à l'esprit l'expression à *portée de la main*, ce qui suggère que l'équilibre de la peau est accessible sans qu'il faille se déplacer pour autant.

Toute la notion d'équilibre de la peau repose sur le principe de l'humidité, dont l'élément fondamental est l'eau⁶. L'eau comprise surtout comme source de vie et de régénérescence. L'association de l'équilibre de la peau humaine à celui des feuilles insiste sur la conception de l'eau comme principe vital commun aux êtres vivants⁷ et pointe vers la nature printanière

de l'eau dont la qualité essentielle est la fraîcheur⁸. Cette fraîcheur, soutenue par la lotion, correspond à la douceur et à la souplesse des mains que procure la lotion. De même que l'eau se présente comme un symbole cosmogonique qui introduit dans l'éternité, elle symbolise aussi la régénération : il suffit de quelques gouttes de l'eau baptismale pour que le nouvel homme naisse. Si nous revenons au texte, nous remarquons que le modificateur « instantanément » renforce le pouvoir régénérateur de la lotion.

Les couleurs fondamentales de cette annonce sont le bleu et le vert. La première, la plus immatérielle des couleurs puisqu'elle est faite du vide accumulé de l'air ou de l'eau, renvoie au thème de l'humidité profonde comprise comme source nourissante primordiale et de la peau et de la feuille. Symbole de la profondeur, le bleu est aussi la couleur la plus froide et dans ce sens, il recouvre le premier sens du mot « éléments », le rude hiver canadien. Cet hiver qui dure de six à huit mois fait tellement partie de la vie de chacun qu'il devient une source d'identification pour l'homme (« Mon pays c'est l'hiver », dit Vigneault).

En même temps qu'il symbolise ce qui est essentiel et commun à tout habitant de cette région — l'humidité profonde et le froid — le bleu correspond aussi au support du texte, cet élément qui établit la différence entre les civilisations francophone et anglophone.

De la profondeur du bleu nous passons à celle du vert qui, selon Kandinsky, suggère le repos terrestre, puisque le vert est la médiation entre le froid et le chaud, entre le haut et le bas⁹. Couleur du règne végétal, le vert symbolise dans l'iconique la fraîcheur, la douceur de la peau et, dans une échelle plus large, la jeunesse éternelle que l'on peut atteindre, si l'on maîtrise le temps par l'emploi du produit magique offert.

Les feuilles vert et marron de l'érable sont le connotateur du temps cyclique qui favorise le renouveau à chaque printemps mais aussi de la durée qui s'écoule entre le petit bourgeon et la feuille tombée. Dans la mesure où les feuilles sont le comparant des mains, l'objet magique — la lotion — procède à une récupération et ensuite à la pérennité du temps.

Outre la catégorie du temps, les feuilles d'érable symbolisent le Canada. L'érable c'est l'arbre national canadien, « dont la sève, recueillie par incision puis chauffée et brassée, donne un sucre comestible ¹⁰ ». De même que la Croix du Sud au Brésil, la feuille rouge sang d'érable fait partie du drapeau national et à elle seule est devenue l'emblème du pays. En ce qui concerne la géographie physique et politique c'est cette feuille — élément de la nature bénéficiant d'un statut symbolique — qui place l'annonce dans l'espace canadien. Cet espace froid et silencieux est cependant trop vaste pour qu'il soit uniforme. L'emploi de la langue française dans l'annonce précise la région et le public envisagés : il s'agit dès maintenant du Canada francophone, dont le Québec, province historiquement liée à la France, qui a le français pour langue officielle et pour emblème la fleur de lys sur un arrière-fond bleu. Ainsi, par l'intermédiaire d'une donnée de la géographie linguistique et humaine s'opère une coupure et la culture en question s'identifie avec les comportements, les manières de penser, les aspirations propres aux héritiers de la civilisation française.

Le bilinguisme au Canada assure au français et à l'anglais le statut de langue officielle selon la région où chacune prédomine. Cela n'empêche pourtant pas la coexistence des deux langues dans la même région : si de ce côté du flacon nous constatons l'emploi du français, nous nous permettons de supposer la présence du texte anglais sur l'étiquette de l'autre côté, ainsi que l'existence de cette annonce pour les Canadiens anglophones. Nous nous rendons compte alors que le célèbre bilinguisme canadien correspond à une situation de diglossie plutôt qu'à la pratique indifférenciée et alternative de deux langues.

La structure en cercle du message linguistique, la conception du « lay out » qui rend possible l'inversion de deux balances *dégagées* — et/ou la mention du sablier — la disposition des bandes vertes en haut et en bas de l'étiquette, la double conception symbolique de la couleur bleue, le flacon qui porte une *inscription bilingue*, dont nous ne voyons que la partie française, toute cette structuration où deux éléments se touchent par leurs *extrémités* ou s'équilibrent par l'opposition de leurs deux côtés — l'un d'eux étant voilé — ne

reflète-t-elle pas de manière inconsciente l'idéologie bipartite du Canada sur la question d'identité culturelle ? Certes, la question d'identité se pose toujours par similitude ou par différence, mais très rarement dans un contexte où la confrontation se fait journalièrement comme au Canada.

Universidade Federal Fluminense

Notes

- ¹ Si nous pensons à la dichotomie *être* X *paraître*, nous nous demandons pourquoi le publicitaire n'a pas préféré *être*. Cela aurait été beaucoup plus euphorisant pour le récepteur qui ressentirait l'essence assurée.
- ² Roland Barthes, *Mythologies*, Seuil, 1957, p. 84.
- ³ L'emploi du verbe *devenir* insiste sur cette transformation.
- ⁴ Jean Chevalier, Alain Gheerbrant, M. Berlevi, *Dictionnaire des symboles*, Paris, Laffont, 1975, vol. 1, p. 162.
- ⁵ La structure en cercle du texte où le titre et le dernier paragraphe sont la reprise du même syntagme suggère la forme du serpent qui se mord la queue. Or, l'Ouroboros, symbole de manifestation et de résorption cycliques, garantit la vie et aussi la durée.
- ⁶ Toute la publicité actuelle de l'eau d'Evian — qui a pour slogan *C'est bon l'équilibre* — envisage l'eau comme l'élément responsable de l'équilibre.
- ⁷ N'oublions pas que l'érable est un arbre très riche en « eau », puisqu'il produit une sève très abondante et sucrée dont on fait le « sirop d'érable ».
- ⁸ Gaston Bachelard, *L'eau et les rêves*, Paris, José Corti, 1940, p. 47.
- ⁹ Remarquons les bandes supérieure et inférieure de l'étiquette en vert.
- ¹⁰ Cf. Le Petit Robert.